

Yayın Geliş Tarihi: 17.02.2011

Yayına Kabul Tarihi: 01.03.2011

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 13, Sayı: 1, Yıl: 2011, Sayfa: 81-95
ISSN: 1302-3284

YÖNETİCİ ETKİNLİĞİNİN SAĞLANMASI SÜRECİNDE KARAR DESTEK UYGULAMASI

Yılmaz GÖKŞEN*
Senem KILIÇ**

Özet

İşletmelerin sürdürülebilirliğinin temelinde, müşteri memnuniyetini arttırmak, kaynaklarını etkin ve rasyonel kullanmak ve iş hacimlerini arttırmak yatmaktadır. Müşterilerin memnuniyetinin sağlanmasının yanında iş yapış şekillerinde verimliliğin artırılması, iş süreçlerinin etkin yönetilmesine bağlıdır. Karar vericilerin iş sonuçlarına bakarak süreçlerde yapacağı değişikliklerin planlanmasında müşteriye etkileyebilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, müşteri ilişkileri yönetimi sürecinde karar vericilerin, memnuniyet sonuçlarına erişim ve sonuçları değerlendirme sürecinde bilgisayar teknolojileri kullanılarak bir “Karar Destek Uygulaması” gerçekleştirmek amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Süreç, süreç yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, karar destek sistemleri, yönetici.

THE APPLICATION OF DECISION SUPPORT IN THE PROCESS OF ACHIEVING MANAGER EFFICIENCY

Abstract

Sustainability for companies depends on increase customer satisfaction, effective and rational usage of resources and increases the volume of business. Both providing customer satisfaction and increase the productivity of business processes, effective process management is required. The effect of results that decision-makers change processes due to the working results, on customers is very important. In this study, a decision support application is realized with using computer technologies on customer satisfaction results access and evaluation tasks in customer relations management process.

Key Words: Process, process management, customer relationship management, decision support systems, administrator.

GİRİŞ

Son yıllarda küreselleşme ile birlikte artan rekabet, ürünlerin fiyatlarına, sunuş şekillerine olan bilinç düzeyinin artması, özellikle hizmet endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin müşteri odaklı bir yönetim felsefesini benimsemesini

* Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yilmaz.goksen@deu.edu.tr.

** Müşteri İlişkileri Yöneticisi, Schenker-Arkas, senem.kilic@schenkerarkas.com.tr.

zorunlu kılmaktadır. Müşteri sadakatini sağlayarak müşteri payını artırmak amacıyla, işletmeler tarafından geliştirilen stratejiler, yeni yönetim yaklaşım ve tekniklerinin uygulanmasını zorunlu kılmaktadır. Müşteri İlişkileri Yönetimi (MIY) olarak adlandırılan ve müşteriler hakkında olabilecek en detaylı bilgileri elde edip, onları birey olarak tanımlamak ve ortak özelliklerine göre gruplamak suretiyle, onlara bu bilgiler ışığında ürün ve hizmet sunmak şeklindeki iş modeli, pazarlama dünyasına damgasını vurmuştur.

Bu yaklaşım, bilgi ve insanı işletmeler açısından merkeze taşıyan bir yaklaşımdır. Bilgi/Bilişim Teknolojileri alanında hızlı yaşanan gelişmeler bu yaklaşımla kesişince, işletmelerin geleneksel yönetim biçimlerinin ötesinde farklı yöntemleri uygulayabilme olanağı ortaya çıkmıştır. Bilginin bu gelişmelere paralel etkin yönetilmesi ve paylaşılması, yoğun rekabet ortamında işletmeler için avantaj sağlayabilir. Çünkü işletmelerin müşterileri hakkındaki olabilecek en detaylı bilgiyi toplayarak bir veritabanı oluşturması ve faaliyetlerini bilgiyi kullanarak sürdürmesi müşteri merkezli yönetim anlayışının odağı haline gelmiştir.

Bu çalışmada, servis sektöründe faaliyetini sürdüren bir işletmenin müşteri memnuniyet anketi uygulaması ile elde edilen verilerinin yönetilmesi ve raporlanması aşaması yeniden incelenmiştir. Sonuçların karar vericiler tarafından daha etkin ve rasyonel değerlendirilmesini sağlayacak bir süreç iyileştirmesi, karar destek sistemi anlayışıyla yeniden tasarlanmıştır.

1. SÜREÇ KAVRAMI VE SÜREÇ YÖNETİMİ

Süreç yaklaşımı, organizasyonlarda yürütülen faaliyetlerin, hedeflenen ve planlanan sonuçlara ulaşabilmesi yönünde katma değer yaratacak şekilde ele alınmasını sağlamaktadır. Bu kavramı işletme içindeki tüm faaliyetler için ele aldığımızda, öncelik belirleme ve ilişki kurma zorlukları ortaya çıkabilir. Bu zorlukları aşmanın yolu, süreçlerin anlamlı şekilde sınıflandırılması ve tutarlı bir hiyerarşi içinde yapılandırılmasından geçmektedir.

1990'lı yıllarda birçok şirketin süreçlerine odaklanarak önemli iyileştirmeler gerçekleştirmesinde rol oynayan Harrington, 1991 yılında yayımlanan "Business Process Improvement" adı kitabında süreci, "bir girdiyi alıp, ona değer katan ve dâhili veya harici bir müşteriye çıktı sağlayan herhangi bir faaliyet veya faaliyet grubu" şeklinde tanımlanmıştır (Harrington, 1991: 9).

Harrington'ı takiben yapılan birçok süreç tanımında kapsam açısından önemli değişiklikler görülmemiştir.

Örneğin; Davenport, "Process Innovation (1993)" adı kitabında süreci, "belirli bir müşteri veya pazar için özel bir çıktı üretmek üzere tasarlanmış olan bir dizi yapılandırılmış ve ölçülmüş faaliyet" olarak tanımlamaktadır (Davenport, 1993: 5).

Hammer ve Champy, “Reengineering the Corporation (1993)” adı kitaplarında süreci “bir veya daha fazla girdi çeşidini alıp, müşteri için değerli olan bir çıktı meydana getiren faaliyetler topluluğu” şeklinde ifade etmektedirler (Hammer ve Champy, 1993: 2).

Süreç, ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi standardında ise “girdileri çıktı haline getiren birbirleriyle ilgili ve etkileşimli faaliyetler takımı” olarak tanımlanmıştır (TSE, 2001: 2). Bu temel tanımın kapsamı genişletilirse, süreç tanımı içerisine aşağıdaki özellikler de dahil edilebilir (Ayanoğlu ve Turan, 2003: 195):

- Girdileri olan, bunlara müşterileri için değer ekleyen ve çıktı üreten bir faaliyetler dizisidir.
- Belirli bir çıktı (ürün ya da hizmet) elde etmek için birbirleriyle etkileşim içinde bulunan insan, malzeme, ekipman, yöntem ve çevrenin toplamıdır.
- İşletme girdilerini işletme çıktılarına dönüştüren etkinliklerin bileşimidir.

Tüm bu tanımlamaların ve süreç yönetiminde bugün geline noktanın ışığı altında, süreç, “belirli bir dizi girdiyi, müşterileri için belirli bir dizi faydalı çıktıya dönüştüren, tanımlanabilen, sınırları konulabilen, tekrarlanabilen, ölçülebilen, sorumlusu olan, fonksiyonlar arası ve birbiriyle ilişkili, değer yaratan faaliyet zinciridir” şeklinde tanımlanabilir.

Süreç yönetimi ise, en yalın tanımıyla “süreçlerin sistematik olarak yönetilmesi” olarak ifade edilebilir. Süreç yönetimi kapsamında, bir organizasyon içinde yürütülen işlerin süreçler bazında tanımlanarak, amaç ve hedefler doğrultusunda idamesi, güncelleştirilmesi, iyileştirilmesi ve bunların sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir.

Organizasyon içinde yürütülen işlerin süreçler bazında tanımlanması, fonksiyonel sınırların aşılaraq işin doğal akışının esas alınması anlamına gelmektedir. Süreç yönetimi kapsamında bu işlerin tanımlanması, girdi-çıkıtı ilişkisine dayandığından, organizasyon bütünündeki işlerin akışı ve birbirleri ile ilişkisi rahatlıkla gözlemlenebilir hale gelmektedir. Organizasyonların bu şekilde tanımlanmış süreçler etrafında ele alınmasında diğer bir önemli nokta da kullanılan kaynakların (insan, bilgi, malzeme vb.) verimsizliğini önlemek veya en aza indirmek amacıyla kopukluk ve boşlukların giderilmesidir.

Sonuç olarak, süreç yönetiminin etkin bir şekilde uygulanması, organizasyonlarda şu önemli rekabet avantajlarının kazanılmasını sağladığı söylenebilir:

- İç-dış müşteriye odaklanılması

- Yürütülen faaliyetlere fonksiyonel sınırlardan bağımsız ve bütünsel olarak bakılabilmesi
- İş akışlarının tanımlanmasıyla değer analizlerinin yapılabilir hale gelmesi
- Yürütülen işlerin sistematik hale getirilmesi
- Çalışanların organizasyondaki içindeki yerinin netleşmesi
- Kopukluklarının ve tekrarların elenmesiyle verimliliğinin artması
- Şirket içi ilişkilerin etkinliğinin artması
- Kalite maliyetlerinin ölçülmesi
- Performans ölçüm sistemlerinin geliştirilmesi
- Dış çevre (paydaşların ihtiyaç ve beklentileri ile pazarın durumu) analizlerinin sürekliliği
- Değişimlerin tahmin edilmesi ve zamanında kontrol altında tutulması
- Değişime hızlı bir şekilde uyum sağlanması
- Başarıya öncülük eden iş alanlarında iyileşmelerin ve gelişmelerin sürekliliği

Sözü edilen tüm nedenlerin temelinde, değişen şartlara ve iş yapış şekillerine paralel organizasyon varlığının sürdürülebilirliğinin sağlanması yatmaktadır. Tüm bu değişikliklerin oluşmasında kuşkusuz en önemli etkenlerden birinin “Bilgi ve Bilişim Teknolojileri’nde” sürekli gelişen yapı olduğu söylenebilir.

Süreç yönetiminin etkin yapılması, yukarıda söz edilen tüm unsurların yerine getirilmesi ve müşteri memnuniyetinin kalıcı biçimde sağlanmasına katkı sağlayacaktır. Müşteri memnuniyetinin korunması ise; organizasyonların sürdürülebilirliği açısından çok büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, müşteri tanımı ve müşteri ilişkileri yönetiminin ele alınması yararlı olacaktır.

2. MÜŞTERİ KAVRAMI, MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ VE ÖNEMİ

Müşteri, günümüzde işletmelerin en önemli varlığı ve yaşamlarını sürdürmek için ihtiyaç duydukları önemli kaynaklardan birisidir. Müşteri, genelde mal ya da hizmetlerin son kullanıcıları olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma ayrıca, ürünün üretilmesinden, paketlenip pazarlanmasına kadar geçen süreç içerisinde bütün faaliyetleri gerçekleştiren kişiler de eklenmelidir. Bu çıktıların her alıcısı da müşteri olarak tanımlanmaktadır (Çınar, 2007: 3). Yani, hem işletme içerisinde

ürünün veya hizmetin üretip pazarlanmasına kadar gerçekleşen süreçte faaliyet gösteren çalışanlar, hem de ürünü ve hizmeti satın alan işletme dışındaki kişiler müşteri olarak tanımlanmaktadır. Piyasalarda ortaya çıkan artan yoğun rekabet baskısı, birbirine giderek benzemekte olan ürünler, ürün ve hizmet farklılaştırmasının giderek zorlaşması ve kar oranlarının azalması, işletmeleri pazarlama alanında yeniden yapılanmaya yöneltmiştir. İşletmeler açısından uzun dönemli müşteri bağlılığı, yeni rekabet alanında önemli bir değişimi beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda müşteri sadakatini gerçekleştirmek ve sürekli kılmak için çeşitli yöntem ve tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Bu yöntemlerden en önemli olanı, müşteriye merkeze alan ve müşteri memnuniyetinin ötesine geçmeyi amaçlayan “Müşteri İlişkileri Yönetimi” yaklaşımıdır. Bu yaklaşım aynı zamanda yeni pazarlama anlayışını da ortaya koymaktadır (Kırım, 2001: 47-49).

Müşteri ilişkileri yönetimini benimseyen işletmeler müşterilerin ihtiyaçlarına dayanan birebir pazarlamayı uygulayarak bu yeni kavramda başarıya ulaşacaklardır (Tremblay, 2000: 52-53).

Müşteri ilişkileri yönetimi, “bir işletmenin doğru ürünü ya da hizmeti doğru müşteriye, doğru zamanda, doğru kanaldan, doğru fiyattan ulaştırmak suretiyle giderek artan düzeyde sadık ve kârlı müşterileri belirleme, nitelendirme, kazanma, geliştirme ve elde tutma yolunda gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerdir” biçiminde tanımlanabilir. Müşteri ilişkileri yönetimi, işletme süreçlerinin otomasyonu, teknolojik çözümler ve bilgi kaynakları yoluyla satış, pazarlama, hizmet, girişim, kaynak planlaması ve arz zinciri yönetimi fonksiyonlarını, her bir müşteri ilişkisini en üst düzeye çıkarmak için bütünleştirmektedir.

Bu tanımlamalar sonucunda işletmeler müşteri ilişkilerini yönetirken müşterilerine ait verilerin sağlıklı biçimde elde edilmesi, saklanması, güncellenmesi ve işletme fonksiyonları açısından anlamlı bilgiye dönüştürülmesi için çabalamaktadır.

Günümüzde, kitlesel verinin anlamlı bilgiye en hızlı ve sağlıklı biçimde dönüştürülmesini sağlayan yapılar, bilgi teknolojileri üzerine kurgulanmış sistemlerden oluşmaktadır. Bilgi ve bilişim teknolojilerinden faydalanırken verilerin bilgiye dönüşümü için çeşitli senaryolar üstüne yapılandırılmış ve sonucunda sektörel kararlar açısından anlamlı sonuçlar üretebilen karar destek sistemleri ön plana çıkmaktadır.

3. KARAR DESTEK SİSTEMLERİ

Karar Destek Sistemi öncülerinden Peter Keen ve Charles Stabell’e göre karar destek konsepti, Carnegie Teknoloji Enstitüsü’nün 1950 ve 1960’larda örgütsel karar alma üzerine yaptığı teorik çalışmalar ve temel olarak Massachusetts Teknoloji Enstitüsü tarafından 1960’larda kullanıcı ara yüzü bilgisayar sistemleri

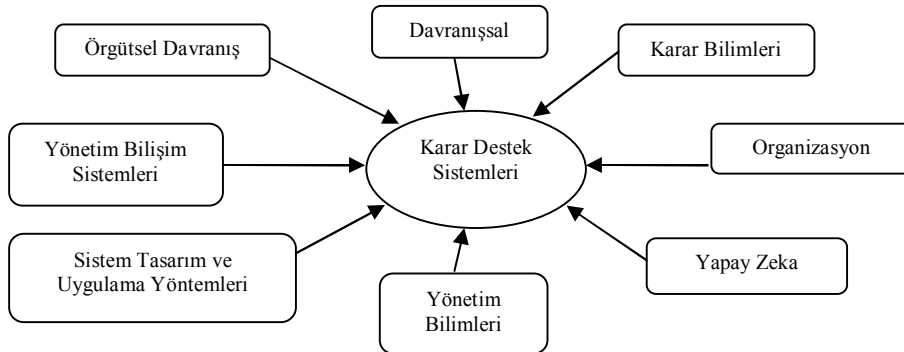
üzerine yapılan teknik çalışmalara dayanmaktadır. 1971’de Scott Morton “Management Decision Systems: Computer-Based Support for Decision Making” isimli kitabında, bilgisayarların ve analitik modellerin yöneticilerin kritik kararlar almasındaki önemi üzerinde durmuştur. 1971’de T. P. Gerrity Portföy Yönetiminde bir Karar Destek uygulaması yaparak bu alandaki çalışmalara öncü olmuştur. 1980 yılında Steven Alter doktora tezi çalışmalarının (1975-1977) sonuçlarını “Decision Support Systems: Current Practice and Continuing Challenge” isimli bir kitap olarak yayınlamış, KDS altyapısına ve uygulamalarına büyük katkılar sağlamıştır. 1982’de Ralph Sprague ve Eric Carlson’ un “Building Effective Decision Support Systems” isimli kitabı KDS için önemli bir kilometre taşıdır. Bu kaynak, örgütlerin KDS’yi neden kurması gerektiği ve nasıl kurabileceğine ilişkin pratik ve anlaşılır bir bakış açısı sağlamıştır (Power, 2002: 2-3).

Karar Destek Sistemleri ile ilgili bazı tanımlar aşağıda verilmektedir.

- Karar destek sistemleri rutin olmayan karar vermeyi destekleyen özelleştirilmiş yönetim sistemleridir. Bu işlevini veri, model ve etkileşimli kullanıcı dostu yazılımları kombine ederek gerçekleştirmektedir (Gallegos, 1999: 42).
- Karar destek sistemleri karar vericinin analiz kabiliyetlerini artırıcı bilgi sunarak onları desteklemeyi, fırsatlar konusunda uyarılar yaparak tavsiyelerde bulunmayı ve yapısal olmayan kararlarda yardım sunarak problem çözümünü kolaylaştırmayı amaçlar (Holsapple, 1996: 136-137).
- Garry ve Scott Morton' un karar destek sistemi tanımına göre; sistem, yöneticiye karar vermesine yardımcı bulunacak veri ve yargıları işleyen model tabanlı prosedürler bütünüdür (Turban, 1990: 107).

Karar Destek Sistemlerinin ilgili olduğu bilim dalları Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil.1. Karar Destek Sistemlerinin İlgili Olduğu Bilim Dalları

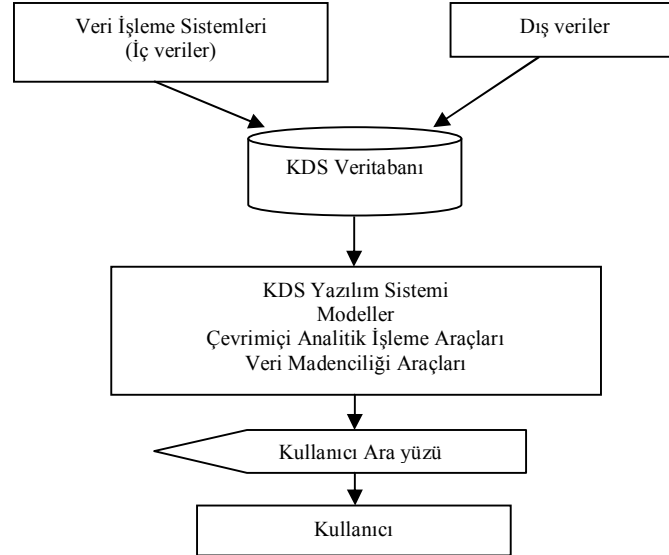


Kaynak: (Angehrn ve Jelassi, 1994: 268).

Karar Destek Sistemleri'nin Bileşenleri

Bir Karar Destek Sisteminin temel bileşenleri, KDS veritabanı, KDS yazılım sistemi ve kullanıcı ara yüzüdür. KDS veritabanı birçok uygulamadan elde edilen geçmiş ve mevcut verilerden oluşmaktadır. KDS yazılımı veri analizi için kullanılan yazılım araçlarından oluşur. Bu sistem, KDS kullanıcısının kolayca erişebileceği çeşitli çevrimiçi analitik işleme araçlarından, veri madenciliği araçlarından yada matematiksel ve analitik yöntemlerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Diyalog yöneticisi olarak da adlandırılan kullanıcı ara yüzü, karar vericinin KDS'ye erişimini sağlar. Arayüz kullanıcı ile KDS donanımı ve yazılımı arasında iletişimi sağlayarak karar destek sistemini yönlendirmektedir (Stair vd., 2010: 423).

Şekil 2. KDS'nin Temel Bileşenleri



Kaynak: (Laudon, Laudon, 2006: 481).

Karar Destek Sistemleri'nin Sınıflandırılması

Power, Karar Destek Sistemleri'ni beş temel boyutta ve üç ikincil boyuta göre aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır (Power, 2002: 12-16):

- İletişim Tabanlı KDS
- Veritabanlı KDS
- Doküman Tabanlı KDS
- Bilgi Tabanlı KDS
- Model Tabanlı KDS

- Kurum İçi ve Kurum Dışı KDS
- Genel Amaçlı ve Özel Amaçlı KDS
- Web Tabanlı KDS'dir.

Tablo 1 ilgili boyutlara göre karar destek sistemlerinin sınıflandırılmasını göstermektedir.

Tablo 1. Karar Destek Sistemlerinin Kategorize Edilmesi

BASKIN KDS BİLEŞENİ	Kullanıcı Grupları: İç-Dış	Amaç: Genel, Özel	Desteklenen Teknoloji
İletişim tabanlı KDS	İç gruplar	Görüşme ayarlama Birlikte çalışmaya yardım	Web, İstemci/Sunucu
Veri tabanlı KDS	Yöneticiler, çalışanlar, tedarikçiler	Veri ambarı sorgulama	Anabilgisayar. Web, İstemci/Sunucu
Doküman tabanlı KDS	Uzmanlar	Web sayfalarını arama Doküman bulma	İstemci/Sunucu. Web
Bilgi tabanlı KDS	İç kullanıcılar, müşteriler	Yönetim tavsiyesi Ürün seçimi	İstemci/Sunucu, Web
Model tabanlı KDS	Yöneticiler, çalışanlar, müşteriler	Çalışma çizelgesi Karar analizi	Tek bilgisayar

Kaynak: (Power, 2002: 16).

Karar destek sistemleri için tüm dünyada kabul edilmiş tek bir tanımlama yapılmamıştır. Fakat genel bir tanımlama yapmak gerekirse karar destek sistemleri kendi başlarına karar vermeyen ancak karar verici insanlara muhakeme yeteneklerini de kullanmalarına imkan tanıyan ve karar verme esnasında yardımcı olan bilgisayar tabanlı sistemlerdir. Bir başka deyişle karar destek sistemi insanların karar verme hareketlerini etkileyen bilgisayar temelli sistemlerdir.

4. UYGULAMA

İş Zekâsı olarak da önümüze çıkan karar destek sistemi uygulamaları, büyük hacimde verilerin daha iyi kararlar üretebilmek için toplanması, birleştirilmesi ve analiz edilmesini içerir. Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management - CRM), Kurumsal Performans Yönetimi (Corporate Performance Management - CPM), Üst Yönetim Bilgi Sistemleri (Executive Information Systems - EIS) en bilinen iş zekâsı uygulamalarıdır.

Bu çalışmada servis sektöründe yer alan bir işletmenin uzun yıllardır uyguladığı müşteri memnuniyet anket uygulaması süreç, müşteri ilişkileri yönetimi ve karar destek sistemleri açısından irdelenmiş ve bilgi teknolojilerinden faydalanılarak iyileştirilmiştir. Sürecin iyileştirilmesi aşamasında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Bu çıktıyı kim alacak?
- Ne zaman?
- Çıktı nasıl dağıtılacak?
- Çıktı kabulü nasıl yapılacak?
- İletişim nasıl sağlanacak?

Bu soruların yanıtları esnasında aslında müşteri odaklı süreç temelli bilgi yöneten organizasyona dönüşüm talebi fark edilmiştir. Klasik organizasyon yapılarındaki statik sorumluluk ve raporlama ilişkileri yerini değer üretiminin nasıl yapılacağı üzerine kurulmuş dinamik yaklaşıma bırakacaktır. Memnuniyet anketlerinin sonucunda oluşturulan veriler, herkese aynı biçimde raporlanmaktadır. Bu raporlama, karar vericilerin kendi süreçleriyle ilgisi olmayan bilgilerin de yer alacağı biçimde yapılmakta, karar vericiler kendilerini ilgilendiren süreçlere ilişkin başlıkları rapor içinde ayırmak suretiyle incelemektedir.

İyileştirme çalışması raporlama aşamasında yapılmıştır. Raporlamalar mevcut yapıda Excel kullanılarak tek tip yapıda raporlanmaktadır. Anket verileri Microsoft SQL 2010 veritabanına taşınmış, Microsoft Visual Studio 2008 platformunda geliştirilen bir arayüzle tasarlanarak aşağıda belirtilen tablo yapılarına uygun şekilde ekran görüntüleri biçiminde kullanıcıya iletilmiştir.

Tablo 2: Yönetici Bağlantı Tablosu

Ad Soyad	Şifre
Senem Kılıç	Sk
Selin Aslan	Sa

Tablo 3: Bölgeler Tablosu

Bölge Adı
İstanbul
İzmir
Ankara
Mersin
Bursa
Tüm Şehirler

Tablo 4: Yönetici Yetkilendirme Tablosu

Ad Soyad	Bölge	Soru
Senem Kılıç	Tüm Şehirler	1;2;3;4;5;6;7;8;9;10;11
Selin Aslan	İstanbul	1;2;3;4;5;6;7;8;9;10;11
Yılmaz Gökşen	Tüm Şehirler	1;2;13;14

Tablo 5: Anket Hareket Tablosu

Tarih	Müşteri Adı	1	2	3	4	5	6	7	8
01/01/2011	xxx	Evet	4	3	3	4	3	4	5

Kullanıcılar daha önceden tanımlanmış tablo içinde yer alan bilgilere göre aşağıdaki biçimde giriş ekranına yönlendirilmektedir. Kullanıcı ve şifre eşleşmesi “Yönetici Bağlantı Tablosu” dikkate alınarak yazılım tarafından yapılmaktadır.

Anket sonuçlarının istenilen tarih aralığında gelebilmesini sağlayacak tarihsel seçim ekranı görüntüsü aşağıdaki gibidir.

Tarih seçildikten sonra giriş yapan kullanıcıyı Yönetici Yetkilendirme Tablosundaki eşleşmelere göre yetkili olduğu bölgeler ekrana gelmektedir. Tarih ve bölgesel seçimden sonra, ilgili eşleşmeye uyan tüm veriler Anket Hareket Tablosuna göre ekrana gelmektedir.

MÜŞTERİ ANKET RAPORLAMA SİSTEMİ

ANKET SONUÇLARI KULLANICI LİSTESİ

ANKET SONUÇ KRİTERLERİ

Anket Tarihleri: artesi, Kasım | İamba, Aralık

Şehir Seçimi: TÜM ŞEHİRLER

SONUÇLARI GETİR

TEMİZLE

ANKET TARİHİ	MÜŞTERİ	ŞEHİR	Teklif Talebi	Teklif Yantı	Ulaşıma	Yük.Zamanı	Var.Zamanı	İhbar	Genel İhbar	Hasar	Doküman
11/27/2010	VİLSAN VETERİ...	İSTANBUL	HAYIR	HAYIR	4	4	4	4	4	4	4
11/27/2010	ELİF PLASTİK A...	İSTANBUL	HAYIR	HAYIR	4	5	5	4	4	5	5
11/27/2010	SBM SİLVAR BA...	İSTANBUL	HAYIR	HAYIR	1	1	1	1	1	1	1
11/27/2010	ENGİN MAKTEK...	İSTANBUL	HAYIR	HAYIR	5	5	5	5	5	5	5
11/27/2010	BEYPI BEY PAZARI	İSTANBUL	HAYIR	HAYIR	5	3	3	5	5	5	5
11/27/2010	YAPIRAY DENİR...	İSTANBUL	HAYIR	HAYIR	5	5	5	3	3	5	5
11/27/2010	KÖRÜSTAN MAK...	BURSA	HAYIR	HAYIR	4	4	4	4	4	4	4
11/27/2010	ARISAN VAKUM...	BURSA	HAYIR	HAYIR	4	5	5	4	4	5	5
11/27/2010	CNP KALINLIK PL...	BURSA	HAYIR	HAYIR	1	1	1	1	1	1	1

Sisteme administrator olarak tanımlı olan kullanıcı; kişi ekleme, yetkilendirme (bölgesel ve anket sorusu bazında), kişi silme, yetki silme gibi yetkilere sahiptir. Aşağıdaki ekran görüntüsünde Admin Kullanıcı olarak tanımlı kullanıcının yetkilendirme alanları görülmektedir.

MÜŞTERİ ANKET RAPORLAMA SİSTEMİ

ANKET SONUÇLARI KULLANICI LİSTESİ

KULLANICI İŞLEMLERİ EKRANI

İSİM	SOYİSİM	DÜZENLE
Teoman	Moler	
Senem	Kılıç	
Serhat	Karakartal	
Gülşay	Turan	
Kemal	Gulsular	
Mahfi	Kızılkaya	
Ali Can	Bulut	
Erkan	Basak	
Tolga	Ozdes	
Alper	Basaran	

KULLANICI BİLGİLERİ

İsim: Senem

Soyisim: Kılıç

Admin Kullanıcı: ☒

ANKET SORULARI

☒ Soru 1

☒ Soru 2

☒ Soru 3

☒ Soru 4

☒ Soru 5

☒ Soru 6

☒ Soru 7

☒ Soru 8

☒ Soru 9

☒ Soru 10

☒ Soru 11

☒ Soru 12

☒ Soru 13

☒ Soru 14

☒ Soru 15

YETKİLİ OLDUĞU ŞEHİRLER

☒ İstanbul

☒ Ankara

☒ İzmir

☒ Bursa

☒ Mersin

GÜNCELLE

TEMİZLE

SİL

Mevcut Uygulamanın İyileştirmeye Açık Yönleri

- Raporlama herkese tüm iller bazında açıktır oysa raporlamanın yapıldığı yöneticiler arasında şubeler bazında yetkilendirilmiş olanlar mevcuttur
- Raporlamada tüm süreçlere anket yapılan müşterilerin verildiği yanıtların tümüne yer verilmektedir. Oysa raporlamanın yapıldığı yöneticilerin yetkileri süreçler bazında ayrıdır.
- Raporlama haftalık bazda yapılmaktadır geçmişe dönük verilerin erişimi yerel ağ içinde yer alan ilgili haftaya ait raporların erişimi ile yapılmaktadır.

Bu iyileştirmeye açık yönler sürecin analizi esnasında tespit edilmiş olup her biri için yazılım içinde geliştirilen fonksiyonlarla çözüm aranmıştır. Yazılım; kullanıcının kayıt süreci ve anket görüntüleme süreci olmak üzere iki temel fonksiyon etrafında geliştirilmiştir. Sözü edilen fonksiyonlar aşağıda kısaca ele alınmaktadır.

Kullanıcı Kayıt Süreci

- Kullanıcılar, farklı illerdeki müşterilerin yapmış olduğu anketlere verilmiş yanıtları görebilmelidir.
- Kullanıcı bazlı yetkilendirme ile hangi kullanıcının hangi ildeki müşterilerin doldurduğu anket yanıtlarını görebileceği seçilebilmelidir.
- Kullanıcıların, anketlerdeki hangi sorulara verilmiş yanıtları görebileceği seçilebilmelidir.
- Admin kullanıcı, anket sonuçlarını görecektir diğer kullanıcıları tanımlayabilmeli; şehir ve anket soruları ile ilgili gerekli yetkilendirmeleri yapabilmelidir.

4.3. Anket Sonuçlarını Görüntüleme Süreci

- Sisteme login olan kullanıcı, tarih aralığı girerek anketleri süzebilmelidir.
- İlgili kullanıcının hangi iller için yetkisi varsa, o iller çoklu seçim alanına (combo-box) doldurulmalıdır.
- Kullanıcı tarih aralığı ve il seçimi yaptıktan sonra arama butonuna basar.
- Seçilmiş olan ildeki tüm müşterilerin, girilmiş olan tarih aralığında doldurmuş olduğu anketlere verilen (yetkisi dâhilindeki) yanıtlar ekrana yüklenir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bilgi ve İletişim teknolojileri, işletmelerin değişen rekabet koşullarında iş süreçlerinde fark yaratacak değişiklikler yapmasını sağlamaktadır. Bu teknolojiler Yönetimsel kararların rasyonel olarak alınmasına kaynak oluşturacak bilgi akışını sağlamaktadırlar. Stratejik kararların verildiği yönetim noktalarının taktiksel iş üretilen kademelerden doğru sonuçlarla desteklendiği ve bilginin bu ilişki yapısı içinde yeniden şekillendirildiği işletmelerde iş süreçlerindeki kaynaklarda verimlilik artışı görülmektedir.

İşletmelerin başarısı, sonucunda çevresinde meydana gelen değişiklikleri zamanında algılayıp işletme içine uyarlayabilme yeteneğine hem de değişimin gerçekleştirilmesinde önemli payı bulunan bilişim teknolojilerini süreçlerinde etkin biçimde kullanabilmelerine bağlıdır. Uygulama gerçekleştirilen işletme açısından, müşteri memnuniyet anketlerinin uygulanması ve sonuçların hızla elde edilip yorumlanması stratejik bir önemdedir. Rasyonel kararların alınabilmesi için, karar vericiler açısından oldukça hızlı ve etkin bir “karar destek sistemi” yapısı oluşturulup masa üstünde bir araç çubuğu biçiminde yerleştirilmiştir. Karar vericiler, verilere ulaşabilme ve karar alabilmeleri açılarından yetkilendirilmiş ve tanımlanan uygulama şifreleri ile programa erişimleri sağlanmıştır.

KAYNAKÇA

Angehrn, Albert A. ve Jelassi, T. (1994). DSS Research and Practice in Perspective, *Decision Support Systems*, 12 (4-5): 267-175.

Aras, A. (2005). *Sürdürülebilir Süreç Yönetimi*. Kalder.

Arslan, V. ve Yılmaz, G. (2010). Karar Destek Amaçlı Bir Raporlama Aracı. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 3 (1): 11-16.

Ayanoğlu, M., Turan, H. (2003). İşletmelerde Süreç Yönetimine Geçiş ve Uygulama Sonuçları, *III. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, İstanbul Kültür Üniversitesi, 19-20 Nisan 2003.

Baltzan, P., Phillips A., Haag S. (2009). *Business Driven Technology*, New York: McGraw Hill.

Bose, R. (2006). Understanding management data systems for enterprise performance management. *Industrial Management & Data Systems*, 106(1): 43-59..

Çınar, T. A. (2007). İşletmelerin Müşteri Hizmet ve Müşteri Memnuniyeti İle Farklı Bankalar ve Bölgeler İçin Müşteri memnuniyeti Belirlemeye Yönelik Uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Davenport, T.H. (1993). *Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology*, Harvard Business School Press.

Demir, F. ve Kırdar, Y. (2000). Müşteri İlişkileri Yönetimi(CRM). *Review of Social, Economic & Business Studies*, 7 (8): 293-308.

Elibol, H. (2005). Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Organizasyon Yapıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13: 155-162. ISSN 1302-1796.

Erk, Ç. (2009). Müşteri İçin Değer Yaratma, Müşteri Sadakati Oluşum Süreci ve Şirket Performansına Etkileri Üzerine Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Gallegos, F. (1999). Decision Support Systems: An Overview. *Information Strategy. The Executive's Journal*, 15 (2): 42-46.

Gökşen, Y. (2009). *İş Süreçlerinin Etkinliğinde ve İnsan Gücünün Planlanmasında Bilişim Sistemlerinin Rolü*. İzmir: Altın Nokta Basım Yayın Dağıtım.

Güçlü, N. (2004). *İş Süreçleri Gereksinimlerinden Teknolojiye*.

Güleş, H. (2004). Bilişim Teknolojilerinin Müşteri İlişkileri Yönetimine Katkıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12: 231-243. ISSN 1302-1796.

Hammer, M. ve Champy, J. (1993). *Reengineering the Corporation*, Harper Business.

Harrington, H.J. (1991). *Business Process Improvement*. New York: McGraw Hill Inc.

Holsapple, Clyde W. ve Whinston Andrew B. (1996). *Decision Support Systems A Knowledge Based Approach*. New York: West Publishing.

Kırım, A. (2001). *Strateji ve Bire-Bir Pazarlama*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Laudon, C. K. ve Laudon J. P. (2006). *Management Information Systems 'Managing The Digital Firm'*. 10th Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Marakas, G.M. (2003). *Decision Support Systems*. New York: Prentice-Hall Publishing, 2nd Edition.

Özgüven, N. (2008). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2): 651-682.

Özilhan, D. (2010). Müşteri İlişkileri Yönetiminin İşletme Performansına Etkileri. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 1 (1): 18-30.

Power, Daniel, J. (2002). *Decision Support Systems; Concepts and Resources for Managers*. Greenwood Publishing Group Inc.

Rummler, G.A. and Brache, A. P. (1995). *Improving Performance: How to Manage the White Space on the Organization Chart*. John Wiley & Sons.

Stair, R. M., Reynolds G. And Reynolds G.W. (2010). *Principles of Information Systems*. 9th Edition, Boston: Cengage Learning.

Trembly, A. C., (2000). *Customer Relationship*, 104 (14): 52-53.

TSE, (2001). *TS EN ISO9001:2000 “Kalite Yönetim Sistemi ve Şartlar”*. Ankara: Türk Standartları Enstitüsü.

Turban, E. (1990). *Decision Support and Expert Systems: Management Support Systems Second Edition*. Charlotte: McMillan Publishing.

Tütüncü, Ö., Doğan, Ö., Topoyan, M. (2002). *Süreçlerle Yönetim ve Bir Hizmet Uygulaması*, IV. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, Konya, Bildiriler Kitabı, 354-360.

Tvrđiková, M. (2007). Support of Decision Making by Business Intelligence Tools. *6th International Conference on Computer Information Systems and Industrial Management Applications*, Ostrava, Czech Republic, 364-368.

Yıldız, S. (2008). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde(KOBİ) Bilgi Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi ve Bilgi Teknolojilerinin Firmalar Üzerindeki Etkileri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (25): 212-239. ISSN:1304-0278.

Yurdakul, N. (2007). İşletme Yönetiminde İki Stratejik Görev: İmaj-Marka Yönetimi ve Müşteri İlişkileri Yönetimi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ege Üniversitesi, Halka İlişkiler Ana Bilim Dalı, İzmir.